Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Department of Foreign Affairs and International Trade
Canada

CanadExport

Vol. 22, nº 2
2 février 2004

Des pièces à voir

Les Londoniens captivés par le théâtre canadien

The Windchill Factor, nouvel organisme sans but lucratif voué au développement des échanges interculturels entre le Canada et le Royaume-Uni, a récemment créé le ***www.canadiantheatre.co.uk****, un site Web qui donne de l'information sur les pièces canadiennes produites au Royaume-Uni.*

Fondé en juillet 2003 par deux Canadiens expatriés, Colin Williams et Chris MacNeil, The Windchill Factor est déjà en train de devenir la plaque tournante pour tous les projets d'arts de la scène au Royaume-Uni ayant un lien avec le Canada. Faisant remarquer le nombre sans précédent de productions théâtrales qu'on trouve actuellement à Londres, et au Royaume-Uni en général, le directeur administratif de Windchill, Colin Williams, croit qu'un site Web sera utile à la fois aux compagnies théâtrales canadiennes et au public britannique.

Amy Oliver dans le rôle d'Effie Ruskin et Michael Yale dans celui de John Ruskin lors de la tournée de la pièce Mrs. Ruskin *du Theatre Metropolis.*

voir page 4 — **Théâtre canadien**

Les meilleurs sites canadiens de recherche

Vous avez du mal à trouver des sources d'information valables sur les marchés étrangers? Voici une liste des meilleurs sites gratuits où vous trouverez des renseignements sur le commerce international.

→ **www.exportsource.ca**
Le site le plus complet au Canada pour trouver des renseignements en ligne sur l'exportation. ExportSource sert aussi de point de départ pour accéder à une multitude de sources d'information proposées par des organismes non gouvernementaux et par le secteur privé.

→ **www.infoexport.gc.ca**
Le site du Service des délégués commerciaux du Canada permet de consulter des centaines d'études de marché et de contacter 500 délégués commerciaux en poste dans 140 villes à l'étranger.

→ **www.edc.ca**
Bien que les exportateurs canadiens le connaissent surtout pour les solutions qu'il offre en matière de financement, le site d'EDC renferme également une mine de renseignements économiques et des résultats de recherche sur les industries.

→ **www.statcan.ca**
Le site de Statistique Canada offre aux exportateurs tout un éventail de données statistiques et quantitatives pour les aider à planifier et à faciliter leurs recherches.

Pour en savoir plus sur les recherches à faire en vue d'un projet d'exportation, veuillez consulter le site **www.exportsource.ca**, ou téléphoner (sans frais) au Service d'information sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au **1 888 811-1119**.

2007-01858/

Les diamants de l'Arctique canadien brillent à Chicago

L'automne dernier, à Chicago, les diamants produits, coupés et polis dans les Territoires du Nord-Ouest (T.N.-O.) sont entrés sur le marché avec éclat. Le gouvernement des Territoires du Nord-Ouest, en collaboration avec le consulat général du Canada à Chicago et la Commission canadienne du tourisme, a organisé ce lancement réussi en tenant divers événements promotionnels.

Attirer l'attention

Avant la tenue des événements, une publicité parue dans *Chicago*, magazine lustré sur les styles de vie, annonçait l'arrivée sur le marché des diamants de l'Arctique canadien. Un des événements organisés était une démonstration publique de polissage et de coupe de diamants par un formateur expert du Aurora College des T.N.-O. Cette démonstration a eu lieu dans un centre commercial haut de gamme du centre-ville de Chicago et

a fait connaître le produit aux consommateurs moyens de Chicago.

En outre, cette même démonstration et une entrevue en studio avec un bijoutier de Chicago qui offre les diamants de l'Arctique canadien ont été diffusées par la station locale associée au réseau Fox et par la chaîne de télévision WGN du Chicago Tribune; cette entrevue a été diffusée au niveau national et sur le site Web de la station. Ces événements ont aussi permis de mettre en évidence les programmes de certification uniques du Canada.

Une démonstration donnée en soirée devant 150 personnes clés a également aidé à faire connaître les diamants canadiens aux consommateurs du Midwest. Trois entreprises qui traitent les diamants dans les T.N.-O. — **Sirius**, **Arslanian** et **Deton'Cho Diamonds Inc.** — ont apporté leur appui à cette initiative.

Aperçu du marché

Bon nombre de débouchés s'offrent aux entreprises canadiennes sur le marché mondial très diversifié des diamants. On estime la valeur des ventes de mines sur le marché mondial à 7,9 milliards de dollars américains (en 2002), la valeur du marché des ventes au détail de diamants à 14,5 milliards de dollars américains et la valeur du marché de la vente au détail de bijoux en diamants, à 57 milliards de dollars américains. Les États-Unis constituent le plus grand marché dans le monde pour les diamants (avec une part de marché de 50 %), et le Midwest est l'un des plus gros marchés pour les diamants aux États-Unis.

Avenir brillant

La création d'une marque distinctive et la différenciation sont des facteurs importants du succès futur des diamants canadiens. Malgré l'importance grandissante du Canada dans cette industrie des articles de luxe, ce lancement n'est qu'une première étape modeste. Pour créer et maintenir un créneau sur ce marché très concurrentiel, il faudra non seulement des diamants de grande qualité, mais aussi un bon concept, une campagne publicitaire de haute qualité et à grande échelle, des relations publiques stratégiques et une vaste distribution du produit — éléments qui permettront aux diamants de l'Arctique canadien de se distinguer de la masse.

Pour plus de renseignements, consultez les sites Web suivants : **www.canadianarcticdiamond.com** et **www.gov.nt.ca/RWED/diamond/development.htm**.

À l'intention des fabricants canadiens de vêtements pour dames

CHICAGO (ILLINOIS) — du 13 au 16 mars 2004 — Votre gamme de produits convient-elle au marché de Chicago? Êtes-vous à la recherche de représentants locaux dans le Midwest américain? Si c'est le cas, ne manquez pas de participer à la septième **mission commerciale de repérage de représentants de vêtements pour dames**. Le programme inclut un kiosque collectif au salon **StyleMax**, le plus important salon du vêtement pour dames du Midwest, un séminaire de formation d'une journée et l'accès à des centaines de représentants.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Ann F. Rosen, agente de promotion commerciale, courriel : **ann.rosen@dfait-maeci.gc.ca**, tél. : **(312) 327-3624**, sites Web : **www.chicago.gc.ca** (cliquez sur « Faire affaire aux États-Unis ») et **www.merchandisemart.com/stylemax**.

CanadExport

Éditrice en chef : **Yen Le**
Rédacteur : **Michael Mancini**

Tirage : **55 000**
Téléphone : **(613) 992-7114**
Télécopieur : **(613) 992-5791**
Courriel : **canad.export@dfait-maeci.gc.ca**
Site Web : **www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport**

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI).

ISSN 0823-3349

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyez l'étiquette avec les changements. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Convention de la poste-publication nº **40064047**

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
MAECI
125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2
Courriel : **canad.export@dfait-maeci.gc.ca**

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL

INFORMATION ET SERVICES PERSONNALISÉS

Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources...à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en ligne et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés cibles. Tirez parti des services personnalisés que vous offrent les délégués commerciaux du Canada aux quatre coins du monde!

Le Délégué commercial virtuel

Pierre Dolbec se sert de son Délégué commercial virtuel pour obtenir des informations générales afin de guider ses clients dans leurs transactions internationales. Il fait un premier tri d'information pour eux et une fois le terrain déblayé, il leur recommande d'obtenir leur propre Délégué commercial virtuel pour répondre à leurs besoins les plus pointus sur leurs marchés respectifs.

M. Dolbec utilise également son Délégué commercial virtuel pour planifier ses voyages et projets à l'international : « Je l'ai utilisé par exemple pour préparer un voyage d'affaires en Afrique : j'ai obtenu à l'avance des listes de contacts à l'ambassade et dans le milieu des affaires, ainsi que des renseignements aussi variés que la liste des jours fériés et la façon d'y faire des affaires. »

Les délégués

Grâce à son Délégué commercial virtuel, M. Dolbec a pu établir une excellente relation de travail avec les délégués commerciaux en poste en Afrique. Selon lui, l'information qu'il a obtenue d'eux avant son départ était très pertinente et à jour, bref, à la hauteur de ses exigences.

Les avantages

Lorsqu'il s'est inscrit au Délégué commercial virtuel, M. Dolbec a fourni un profil détaillé de son entreprise, que les délégués commerciaux consultent chaque fois qu'il fait appel à leurs services. Pour chacun des marchés que cible Dolbec Y. Logistique International inc. à l'étranger, il obtient donc un service amélioré, dans un délai plus court.

Pourquoi je m'en sers. Pourquoi ce service me plaît.

Les experts en commerce international comme M. Dolbec disent que le Délégué commercial virtuel est un « must » pour tout exportateur canadien. Selon lui, c'est un service rapide et facile d'accès, et une toute nouvelle façon de travailler.

Dolbec Y. Logistique International inc. est un centre multiservices, un transitaire international et un courtier en douanes avec plus de 40 ans d'expérience. L'équipe Dolbec offre à ses centaines de clients un produit clés en main, afin de faciliter leurs transactions commerciales à l'étranger.

« Un exportateur qui se prive du Délégué commercial virtuel jette littéralement de l'argent par les fenêtres. »

Pierre Dolbec
Président et chef de la direction
Dolbec Y. Logistique International inc.
www.dolbec-intl.ca

Inscrivez-vous maintenant, à l'adresse www.infoexport.gc.ca, pour avoir accès à un Délégué commercial virtuel, et vous comprendrez pourquoi Pierre Dolbec et des milliers d'autres Canadiens sont déjà inscrits!

Nous aimerions savoir comment votre entreprise se sert de son Délégué commercial virtuel. Nous attendons votre appel au (613) 944-0123.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Délégué commercial virtuel, consultez :

www.infoexport.gc.ca

Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources...à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en ligne et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés cibles. Tirez parti des services personnalisés que vous offrent les délégués commerciaux du Canada aux quatre coins du monde!

Le Délégué commercial virtuel

Pierre Dolbec se sert de son Délégué commercial virtuel pour obtenir des informations générales afin de guider ses clients dans leurs transactions internationales. Il fait un premier tri d'information pour eux et une fois le terrain déblayé, il leur recommande d'obtenir leur propre Délégué commercial virtuel pour répondre à leurs besoins les plus pointus sur leurs marchés respectifs.

M. Dolbec utilise également son Délégué commercial virtuel pour planifier ses voyages et projets à l'international : « Je l'ai utilisé par exemple pour préparer un voyage d'affaires en Afrique : j'ai obtenu à l'avance des listes de contacts à l'ambassade et dans le milieu des affaires, ainsi que des renseignements aussi variés que la liste des jours fériés et la façon d'y faire des affaires. »

Les délégués

Grâce à son Délégué commercial virtuel, M. Dolbec a pu établir une excellente relation de travail avec les délégués commerciaux en poste en Afrique. Selon lui, l'information qu'il a obtenue d'eux avant son départ était très pertinente et à jour, bref, à la hauteur de ses exigences.

Les avantages

Lorsqu'il s'est inscrit au Délégué commercial virtuel, M. Dolbec a fourni un profil détaillé de son entreprise, que les délégués commerciaux consultent chaque fois qu'il fait appel à leurs services. Pour chacun des marchés que cible Dolbec Y. Logistique International inc. à l'étranger, il obtient donc un service amélioré, dans un délai plus court.

Pourquoi je m'en sers. Pourquoi ce service me plaît.

Les experts en commerce international comme M. Dolbec disent que le Délégué commercial virtuel est un « must » pour tout exportateur canadien. Selon lui, c'est un service rapide et facile d'accès, et une toute nouvelle façon de travailler.

Dolbec Y. Logistique International inc. est un centre multiservices, un transitaire international et un courtier en douanes avec plus de 40 ans d'expérience. L'équipe Dolbec offre à ses centaines de clients un produit clés en main, afin de faciliter leurs transactions commerciales à l'étranger.

« Un exportateur qui se prive du Délégué commercial virtuel jette littéralement de l'argent par les fenêtres. »

Pierre Dolbec
Président et chef de la direction
Dolbec Y. Logistique International inc.
www.dolbec-intl.ca

Inscrivez-vous maintenant, à l'adresse www.infoexport.gc.ca, pour avoir accès à un Délégué commercial virtuel, et vous comprendrez pourquoi Pierre Dolbec et des milliers d'autres Canadiens sont déjà inscrits!

Nous aimerions savoir comment votre entreprise se sert de son Délégué commercial virtuel. Nous attendons votre appel au (613) 944-0123.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Délégué commercial virtuel, consultez :

www.infoexport.gc.ca

Signature d'un protocole d'entente sur le pétrole et le gaz entre centres de recherche canadien et français

Lee Shinkle, directeur exécutif du Petroleum Research Atlantic Canada (PRAC), et Olivier Appert, président de l'Institut français du pétrole (IFP), ont signé un protocole d'entente visant à mettre sur pied des activités conjointes de recherche et de développement dans le secteur du pétrole et du gaz, et à promouvoir la coopération entre entreprises canadiennes et françaises.

Ce protocole résulte de contacts noués lors de la table ronde sur l'énergie de la Commission économique mixte Canada-France, qui s'est déroulée en janvier 2003 à Paris, au cours de laquelle les deux pays ont réaffirmé leur volonté de consolider les relations économiques bilatérales en intensifiant leur coopération.

L'IFP est un centre indépendant de recherche et développement, de formation et d'information dans les domaines du pétrole, du gaz naturel et de l'automobile. Ses activités couvrent l'ensemble de la chaîne des hydrocarbures : exploration, production, raffinage, pétrochimie, moteurs et utilisation des produits pétroliers.

Le PRAC est un organisme sans but lucratif dont la vocation est d'accroître la recherche et le développement dans le domaine du pétrole dans le Canada atlantique en établissant des partenariats entre les secteurs public et privé. Ses fonds proviennent des contributions de ses membres (industrie et gouvernement). Le PRAC soutient la recherche universitaire, la formation par la recherche et l'ensemble des activités liées à la recherche pétrolière.

À gauche, Lee Shinkle, directeur exécutif du Petroleum Research Atlantic Canada, et, à droite, Olivier Appert, président de l'Institut français du pétrole, signent le protocole d'entente entre le Canada et la France.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Amanda Barrett, PRAC, tél. : **(902) 494-2762**, courriel : **Amanda.Barrett@pr-ac.ca**, site Web : **www.pr-ac.ca** ou Anne-Laure de Marignan, IFP, tél. : **(011-01) 47-52-62-07**, courriel : **a-laure.de-marignan@ifp.fr**, site Web : **www.ifp.fr**.

Théâtre canadien

— *suite de la page 1*

« L'automne dernier, huit pièces canadiennes ont été à l'affiche à Londres. Avec la popularité croissante du théâtre canadien au Royaume-Uni, il était logique de réunir les productions sous un même toit sur le plan informationnel, déclare M. Williams. Nous espérons favoriser l'apprentissage et les échanges culturels entre les artistes canadiens et les artistes britanniques. Ce programme aidera le théâtre de ces deux pays à croître et à se développer. »

Notons parmi les pièces canadiennes qui ont été présentées l'automne dernier : *Mrs. Ruskin* de Kim Morrissey, *Zadies Shoes* d'Adam Pettle (un récent diplômé du programme de dramaturgie de l'École nationale de théâtre du Canada), *Problem Child* de George F. Walker, *Goodnight Desdemona (Good Morning Juliet)* d'Ann Marie Macdonald et *Ex Machina — The Far Side of the Moon* de Robert Lepage.

« Les auditoires britanniques ont rarement l'occasion de voir ce qu'il y a de mieux dans le théâtre canadien. De leur côté, les artistes canadiens n'ont habituellement pas la possibilité de travailler et de se perfectionner avec des professionnels étrangers. En réglant les deux questions simultanément, nous sommes convaincus que, dans les deux pays, les arts de la scène en seront enrichis. »

Katherine Bond, agente, Arts de la scène au haut-commissariat du Canada à Londres, soutient avec enthousiasme le projet Windchill. « Les pièces et les artistes canadiens sont parmi les meilleurs au monde, dit-elle. Nous sommes heureux d'aider Windchill à promouvoir ces productions uniques et passionnantes auprès des amateurs de théâtre britanniques. »

Le site Web The Windchill Factor représente le début d'un effort concerté et structuré visant à établir une vitrine stable et à long terme pour les artisans du théâtre canadien à Londres, au Royaume-Uni et en Europe. Cette vitrine sera associée à un programme d'échanges culturels destiné à présenter à de nouvelles cultures les étoiles montantes des arts de la scène. Le site inclura tant les productions présentées à Londres que celles qui sont en tournée.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Colin Williams, The Windchill Factor, tél. : **(011-44) 778-662-5576**, courriel : **colin@thewindchillfactor.com** ou Katherine Bond, agente, Arts de la scène au haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : **(011-44) 207-258-6617**, courriel : **katherine.bond@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.dfait-maeci.gc.ca/london**.

La persévérance d'un fabricant de maisons du Canada porte fruit au Japon

***Demtec Inc.**, un promoteur reconnu de maisons préfabriquées établi à Princeville (Québec), se fait une place au soleil de l'autre côté de la planète avec un nouveau projet d'aménagement résidentiel qui apportera les toutes dernières technologies canadiennes en matière d'habitation à la ville méridionale de Kitakyushu, située sur l'île de Kyushu, au Japon.*

En novembre 2003, Demtec a inauguré son projet avec l'aide de la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) en tenant une journée portes ouvertes pour sa maison-témoin, la première d'une série de 20 maisons. Demtec est l'un des six constructeurs à avoir remporté un marché hautement prisé visant l'aménagement d'un terrain à vocation résidentielle, propriété de Nishitetsu Railway Company. Le projet prévoit la construction de 500 logements centraux munis de jardins paysagers.

La première présence de Demtec sur le marché japonais remonte à l'an 2000, lors de sa participation à une mission commerciale dirigée par la SCHL International. Le voyage s'est avéré très productif, puisqu'on a présenté Demtec à plusieurs membres clés de l'industrie de l'habitation, y compris Yamatsugi, son partenaire commercial actuel. La SCHL est donc très fière d'avoir contribué au succès que connaît Demtec depuis ses débuts. À vrai dire, la SCHL s'active depuis longtemps à faire connaître le fait que le Japon constitue un marché lucratif aux multiples possibilités pour les exportateurs canadiens de produits et de services résidentiels. Le Japon, deuxième plus important marché au monde en matière de nouvelles habitations avec plus de 1 million de logements mis en chantier annuellement, favorise la construction à ossature de bois, laquelle représente plus de la moitié des maisons neuves.

Bâtir sur la réussite

Les réalisations de Demtec sont largement attribuables à sa volonté

Une maison-témoin de Demtec International lors de l'inauguration, en novembre 2003, de son nouveau projet résidentiel à Kitakyushu, au Japon.

de collaborer étroitement avec les professionnels de l'industrie japonaise et de travailler avec les intervenants locaux. Qui plus est, son partenariat avec Yamatsugi s'est trouvé rehaussé lorsque Demtec a initié ce dernier à l'assemblage de ses maisons préfabriquées. Le fabricant canadien de maisons a fait équipe avec une entreprise immobilière locale pour lancer une campagne de publicité dans les médias de l'endroit.

Autre facteur clé de sa réussite, la persévérance, comme l'explique Alain Boulet, président de Demtec International Inc. : « En dépit du ralentissement du marché immobilier, nous avons maintenu une présence active au Japon pendant plusieurs années, au cours desquelles nous avons élargi notre réseau de distributeurs et mis en œuvre un rigoureux système de contrôle de la qualité. Cette approche nous a permis de prospérer dans un marché hautement concurrentiel et de mettre au point un système de logement qui répond aux exigences rigoureuses de nos clients japonais. »

« Il y a un intérêt grandissant pour les maisons à ossature de bois provenant du Canada et l'emploi de matériaux en bois massif dans les maisons japonaises, explique Stéphane Forget, conseiller commercial à la SCHL International au Québec. De plus, le fait que les méthodes de construction canadiennes soient rapides et éconergétiques constitue un important avantage concurrentiel pour les exportateurs de maisons qui souhaitent percer le marché du Japon. »

Pour plus de renseignements, consultez le site **www.demtec.com** ou communiquez avec Stéphane Forget, SCHL International, tél. : **(514) 283-0124**, téléc. : **(514) 283-2983**, site Web : **www.schl.ca**.

International Bio Expo Japan

Tokyo, Japon — du 19 au 21 mai 2004 — **Bio Expo Japan** est l'une des plus importantes foires commerciales sur la biotechnologie en Asie. L'exposition de l'année dernière a attiré plus de 13 500 visiteurs, dont 75 % provenaient directement du secteur de la biotechnologie.

Plusieurs entreprises et organisations canadiennes, notamment l'ambassade du Canada à Tokyo, ont participé à Bio Expo 2003. Le pavillon du Canada a attiré plusieurs centaines de visiteurs intéressés aux capacités canadiennes en biotechnique. Nous nous attendons à une participation similaire à l'édition de 2004. Simultanément à Bio Expo, se tiendront un forum de biopartenariat et **Interphex**, la plus importante foire commerciale sur les produits pharmaceutiques.

L'ambassade du Canada à Tokyo organisera encore une fois un pavillon à Bio Expo, et les entreprises et organisations intéressées sont les bienvenues. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Avrom Salsberg, agent de développement technologique, ambassade du Canada à Tokyo, courriel : **avrom.salsberg@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **web.reedexpo.co.jp/bio/english**.

Exporter ses services

Dans le domaine des services, les entreprises canadiennes se distinguent sur la scène internationale. Il est donc tout naturel de faire profiter les autres pays de nos connaissances et de notre savoir-faire. Les débouchés abondent sur les marchés étrangers, et les entreprises de service du Canada sont de plus en plus nombreuses à faire des affaires lucratives sur les marchés mondiaux.

Partout dans le monde, les administrations publiques et les entreprises font face à des défis de toute sorte qui nécessitent des solutions novatrices. Dans une économie axée sur le savoir, les services à forte concentration de connaissances constituent l'une des branches les plus dynamiques des échanges internationaux. L'industrie canadienne des services doit se préparer à exporter pour profiter de ces débouchés.

L'exportation offre des avantages...

L'exportation offre des avantages indéniables — elle donne aux entreprises la possibilité d'accroître leurs ventes et de générer des bénéfices plus importants, en particulier si tous les coûts fixes sont couverts par leurs ventes intérieures. À l'étranger, les entreprises peuvent diversifier leurs marchés et réduire ainsi leur dépendance à l'égard des marchés traditionnels. Lorsqu'une économie est en crise, une autre pourrait bien être en plein essor. La diversification des marchés offre aussi aux entreprises la possibilité d'évoluer dans de nouvelles directions et d'acquérir de nouvelles expériences qui sont susceptibles de renforcer leur compétitivité sur le marché national.

...et comporte des défis

Toutefois, l'exportation des services comporte également des défis. Un service est souvent intangible. Il est donc indispensable de faire connaître son entreprise et ses services, d'établir sa crédibilité et de démontrer son savoir-faire en dehors de son territoire habituel. Il est en outre crucial de faire preuve d'un engagement sans faille auprès des clients étrangers et de bâtir des liens solides. Il faut donc consacrer au projet du temps et des efforts, et être disposé à faire des recherches sur les différences culturelles, linguistiques et commerciales, et à en tenir compte.

L'exportation des services n'est pas réservée aux grandes entreprises. Que vous soyez un consultant qui offre individuellement son savoir-faire en gestion du traitement de l'eau ou une firme d'ingénierie qui possède des bureaux d'un bout à l'autre du pays, l'exportation est à votre portée. En fait, le profil moyen des entreprises exportatrices de service du Canada révèle qu'il s'agit de firmes de moins de 15 employés, ayant des ressources limitées et peu de connaissances et d'expérience en exportation, voire aucune. Ces fournisseurs de services sont le plus souvent actifs dans un créneau, qui exige des compétences et une expertise spécialisées. Le profil indique aussi que ces firmes ne sont pas au courant de l'aide offerte aux entreprises de service qui souhaitent explorer les débouchés des marchés étrangers.

Se préparer

Les entreprises de service qui désirent améliorer leurs compétences dans le domaine de l'exportation peuvent participer aux ateliers d'une demi-journée, *Destination : marchés internationaux*, présentés par Équipe Canada inc, en collaboration avec le Forum pour la formation en commerce international (FITT). Les ateliers sont également offerts

voir page 7 — **Exporter**

Protocole d'entente Canada/Panama

Hugh O'Donnell (premier à gauche), vice-président exécutif de la Corporation commerciale canadienne (CCC), et Dominador Kaiser Bazan (deuxième à gauche), vice-président de la République du Panama, ont signé un protocole d'entente à Ottawa en décembre 2003, pour faciliter l'accès à la technologie canadienne et aider le Panama à découvrir et à exploiter de nouvelles possibilités d'affaires, parmi lesquelles on compte la mise en place du commerce électronique et de services gouvernementaux en ligne pour les citoyens de ce pays.

La CCC fournit aux exportateurs canadiens un accès préférentiel aux marchés d'approvisionnement des gouvernements ainsi que des services spécialisés de passation de marchés afin de les aider à obtenir des ventes à l'exportation. Grâce à son rôle d'intermédiaire entre les gouvernements pour la conclusion de contrats, la CCC aide, chaque année, les exportateurs canadiens à vendre sur les marchés du secteur public dans une trentaine de pays.

Lorsque la CCC joue le rôle d'entrepreneur principal, les acheteurs sont mis en confiance en raison de la capacité que possède la CCC de fournir l'assurance du gouvernement du Canada que les modalités du contrat seront respectées, ce qui renforce la proposition canadienne et accroît la probabilité de remporter le contrat.

Pour plus de renseignements sur les services de la CCC, consultez **www.ccc.ca**.

Mission d'infrastructure dans les pays du golfe Persique

Qatar, Émirats arabes unis et Koweït — du 14 au 26 avril 2004 — Les entreprises du secteur ontarien des services d'infrastructure sont invitées à explorer les débouchés d'exportation créés par la croissance en flèche des pays du golfe Persique en participant à la mission commerciale qui se rendra à Abou Dhabi, à Dubaï, à Doha et à Koweït.

Cette mission, organisée par Ontario Exports Inc., l'agence de promotion des exportations du gouvernement de l'Ontario, en collaboration avec le Conseil de commerce canado-arabe, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et Exportation et développement Canada, sera l'occasion idéale pour les entreprises ontariennes de promouvoir leur savoir-faire auprès des fournisseurs de biens et de services dans le cadre de projets de construction d'immobilisations dans ces économies en plein essor.

Parmi les débouchés offerts dans cette région du monde, mentionnons l'annonce récente de la construction de « Dubailand », où se trouveront le Mall of Arabia (qui deviendra le plus grand centre commercial du monde), plusieurs nouveaux hôtels, une galerie d'art, un parc aquatique, une pente de ski intérieure, un complexe sportif et le plus grand zoo du Moyen-Orient.

Certaines entreprises ontariennes ont déjà remporté un vif succès en exportant leurs services médicaux, d'ingénierie, d'architecture, de planification et d'enseignement dans la région du golfe Persique. Ne laissez pas passer la chance de faire de même!

Pour plus de renseignements, communiquez avec Al Hinton, directeur de région, Moyen-Orient, Ontario Export Inc., tél. : **(416) 325-6782**, courriel : **al.hinton@edt.gov.on.ca**, ou Aida Viveiros, Manufacturiers et Exportateurs du Canada, tél. : **(905) 568-8300**, poste : **288**, courriel : **aida.viveiros@cme-mec.ca**.

Prix du Service des délégués commerciaux

L'ancien ministre du Commerce international, Pierre Pettigrew, a remis le Prix Robert L. Richardson du Service des délégués commerciaux pour l'excellence dans les études en commerce international à Evan Lewis. Ce prix lui a été présenté à la cérémonie de remise des Prix d'excellence à l'exportation canadienne, lors de la conférence sur le commerce international des Manufacturiers et Exportateurs du Canada (MEC), qui se tenait à Toronto le 24 novembre 2003.

Originaire de Deep River, et vivant à Kincardine (Ontario), M. Lewis est bachelier de l'Université de Guelph. Il poursuit présentement des études en politique commerciale internationale à l'école des Affaires internationales Norman Paterson à l'Université Carleton. La thèse qui lui a valu ce prix s'intitule : *Trade Liberalization and Development: A Case for Capacity Development.*

Ce prix a été créé par les MEC en 1992, pour souligner les longues années de service et le dévouement de Robert Richardson, un ancien haut fonctionnaire qui a commencé sa carrière comme délégué commercial. Depuis 2002, le prix est accompagné d'une bourse commanditée par le MAECI, et il le sera jusqu'en 2004.

L'ancien ministre du Commerce international, Pierre Pettigrew, félicite Evan Lewis, lauréat du Prix Robert L. Richardson du Service des délégués commerciaux.

Pour plus de renseignements sur ce prix, communiquez avec les MEC, tél. : **(613) 238-8888**.

Exporter — *suite de la page 6*

en ligne à **www.fitt.ca**. Le FITT offre aussi un programme en commerce international plus intensif, menant à une reconnaissance professionnelle en tant que Professionnel accrédité en commerce international (PACI).

Si vous n'êtes pas certain d'être prêt pour l'exportation, le Diagnostic de préparation à l'exportation d'ExportSource (**www.exportsource.ca/diagnostic**) vous aidera à déterminer vos forces et vos faiblesses, et à définir vos objectifs et vos stratégies. En combinant à cet outil le Plan d'exportation interactif (**www.exportsource.ca/pei**), vous aurez les bases voulues pour repérer, au sein d'Équipe Canada inc, les ressources auxquelles vous pourrez faire appel pour passer à la prochaine étape.

Une fois que vous êtes prêt pour l'exportation, vous devez absolument vous inscrire dans la base de données confidentielle que consultent les délégués commerciaux en poste au pays et à l'étranger pour repérer des fournisseurs canadiens compétents et en mesure d'exporter, le Délégué commercial virtuel, que vous pouvez consulter à **www.infoexport.gc.ca**.

L'industrie des services du Canada est diversifiée et elle peut soutenir la concurrence n'importe où dans le monde — que ce soit pour mettre sur pied des services financiers en Amérique latine, offrir des services de consultation dans le cadre de projets de développement minier ou forestier en Australie ou encore administrer des programmes agroalimentaires dans les pays baltes. Pour en savoir plus sur l'exportation de vos services, consultez *Une approche mondiale... exportez vos services* dans le site suivant : **www.exportsource.ca/approchemondiale** ou communiquez avec Équipe Canada inc, au **1 888 811-1119**.

AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

Canberra, Australie — du 24 au 27 mai 2004 — **SimTecT 2004** est la principale exposition-conférence d'Australie sur les technologies de simulation et de formation. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Gregory Luz, agent de développement des entreprises, haut-commissariat du Canada en Australie, tél. : **(011-62-2) 6270-4000**, téléc. : **(011-62-2) 6270-4069**, courriel : **greg.luz@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.simtect.com**.

AGRICULTURE, ALIMENTS ET BOISSONS

Parme, Italie — du 6 au 10 mai 2004 — **CIBUS 2004** est l'exposition la plus importante en Italie sur les produits alimentaires : elle accueille plus de 2 200 exposants et plus de 100 000 visiteurs venus de 21 pays. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Pier Paolo Chicco, agent de développement des entreprises, consulat général du Canada à Milan, tél. : **(011-39-02) 6758-3355**, téléc. : **(011-39-02) 6758-3900**, courriel : **pierpaolo.chicco@dfait-maeci.gc.ca**.

Novi Sad, Serbie-Monténégro — du 15 au 22 mai 2004 — Le salon **2004 International Agricultural Fair** est la plus grande foire agricole du pays. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Djurdja Ceramilac, agente de commerce, ambassade du Canada en Serbie-Monténégro, tél. : **(011-381-11) 306-3070**, téléc. : **(011-381-11) 306-3035**, courriel : **bgrad-td@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.nsfair.co.yu**.

ENVIRONNEMENT

Amman, Jordanie — du 30 mai au 3 juin 2004 — **L'International Water Demand Management Conference** sera l'occasion de présenter les plus récentes technologies de conservation pour les secteurs intérieur, industriel et agricole. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Hala Helou, agente de commerce principale, ambassade du Canada en Jordanie, tél. : **(011-962-2) 566-6124**, courriel : **amman-td@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.wdm2004.org**.

INDUSTRIES DE LA SANTÉ

Alger, Algérie — du 11 au 14 mai 2004 — Venez participer à l'**International Pharmaceutical and Medical Equipment Fair**. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Expod, tél. : **(011-213) 21-37-49-06**, courriel : **expod-event@hotmail.com**, site Web : **www.dzshow.com**.

PÉTROLE ET GAZ

Mascate, Oman — du 19 au 21 avril 2004 — **Oil and Gas West Asia** est la principale foire commerciale d'Oman sur l'énergie. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Mohamed Al Hussni, courriel : **omanexpo@omantel.net.om**, sites Web : **www.omanexpo.com** ou **www.ogwaexpo.com**.

PLASTIQUES

Mexico, Mexique — du 27 au 30 avril 2004 — **Plastimagen Mexico 2004** est la plus importante exposition-conférence de la région sur les plastiques. On prévoit envoyer une mission canadienne à cette foire. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Evelyne Alcala, agente de commerce, ambassade du Canada au Mexique, courriel : **evelyne.alcala@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.plastimagen.com.mx**.

TIC

Moscou, Russie — du 11 au 15 mai 2004 — **SVIAZ/EXPO COMM** est la plus grande exposition-conférence internationale de Russie sur les télécommunications, la technologie de l'information et la technologie des communications sans fil et à large bande. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Steven Goodinson, délégué commercial, ambassade du Canada en Russie, tél. : **(011-7-095) 105-6058**, téléc. : **(011-7-095) 105-6051**, courriel : **steven.goodinson@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.ejkrause.com/events/3204.html**.

Singapour — du 15 au 18 juin 2004 — **CommunicAsia 2004**, importante exposition-conférence sur les TIC, aura encore une fois lieu en même temps que **BroadcastAsia 2004**, qui est une exposition-conférence sur la technologie des médias électroniques. Les deux expositions comporteront un pavillon canadien. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Derek Complin, UNILINK, tél. : **(613) 549-0404**, téléc. : **(613) 549-2528**, courriel : **dc@unilinkfairs.com**, site Web : **www.unilinkfairs.com/cp/communicasia04**.

TOURISME

La Havane, Cuba — du 20 au 23 avril 2004 — **Tecnotur** est la foire commerciale internationale de Cuba sur les produits, services et technologies offerts dans le domaine du tourisme. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Francisco Rodriguez, délégué commercial, ambassade du Canada à Cuba, tél. : **(011-537) 204-2516**, téléc. : **(011-537) 204-2044**, courriel : **havan-td@dfait-maeci.gc.ca**. ✱

Service des renseignements Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications, y compris des études de marché, ainsi que des services de référence. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au **1 800 267-8376**, région d'Ottawa : **(613) 944-4000**; par télécopieur au **(613) 996-9709**; en appelant le service FaxLink à partir d'un télécopieur au **(613) 944-4500**; ou, encore, en consultant le site Internet du MAECI à **www.dfait-maeci.gc.ca**.

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
MAECI
125, promenade Sussex
Ottawa (Ont.) K1A 0G2

Convention de la poste-publication
nº 40064047